

Marketing neu denken.

SCHWERPUNKT SPAREN - Lernen mit dem „new normal“ im Marketing umzugehen.

Sparen im Marketing bleibt das Mantra in bestehenden Geschäftsmodellen!

Covid-19 zeigt nur, was vielen schon lange bewusst war: Die digitale Transformation im Turbo-Modus schafft ab, was eh auf dem absteigenden Ast war und baut auf, was neue Potenziale verspricht. Das heißt konkret fürs Marketing: Wenn es im Geschäftsmodell nicht um den Aufbau von (wirklich!) neuen Wertschöpfungsketten geht, ist Sparen weiterhin die Mittel der Wahl. Entweder beim Mediaspending, bei den Agenturhonoraren oder gar im Gesamtprozess der Marketing Operations. Marketing Automatisierung erlebt deshalb einen ungeahnten Boom – denn egal wo, wie und wann. Die Automatisierung von wiederkehrenden Arbeitsprozessen wird nicht nur für mehr Fokus auf Innovationen sorgen, sondern eben auch unnötige Kosten vermeiden, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Wussten Sie übrigens, dass es mittlerweile über 9.000 MarTech Anbieter weltweit gibt und das Marketing Automation weiter über die Handlungsfelder eCommerce, Digitales Marketing, CRM und Customer Journeys hinaus geht? Oder gibt es bei Ihnen tatsächlich noch Produktioner für manuelle Werbemitteladaptionen, händisches Texten von Werbebotschaften oder gar Trade Marketing Beratung im Feld?

Vereinbaren Sie hier einen kostenfreien und unverbindlichen 15-minütigen Einblick per Web-Call in die MarTech Anbieterlandschaft und lassen Sie sich zeigen, was heute unkompliziert im Marketing automatisiert werden kann.

